



💡 **1 - Comment Fonctionne la Méthode SONCAS(E) ?**

Travail éDitorial N°41

par L.Guidali N°41

ETOILE

(Vous pouvais regarder cette vidéo sur [eXplanation](#))

C'est parti !

 CET OUVRAGE A ÉTAIT ÉCRIT EN 2014.
DES CHANGEMENTS PEUVENT AVOIR EUX LIEU.

 COMMENT ? 

 **ACTION UNE (15,5✓)** ( Mémoriser) Mémoriser les étapes et mettez les en pratiques dans votre vie de vendeur (ou autres) :

 1S - Sécurité (4✓)

 20 - Orgueil (3,5✓)

 3N - Nouveauté (2✓)

 4C - Confort (2✓)

 5A - Argent (4✓)

 6S - Sympathie (3✓)

 7(E) - Écologie (1✓) {#Optionnel}

+ 15,5 ✓ Points d'expérience

 **eXplication :** La « méthode SONCAS » (encore appelée « système SONCASE ») est une méthode d'approche commerciale qui tire son nom de l'acronyme formé à partir des six mots supposés représenter les motivations d'achat d'un acheteur potentiel sur lesquelles tout vendeur va devoir s'appuyer en adaptant son discours pour provoquer l'achat.

 **Difficulté de Compréhension :** Facile (Niveau 2 )

 **Difficulté d'Exécution :** Facile à démarrer. Amélioration presque sans limites possible.

 **Compétences :** Empathie. Un sens de l'observation. Etre sociable.

 **Sens :**  Vision  Ouïe

 **Intelligences :**  Intelligence Interpersonnelle

 Intelligence Logico Mathématiques

 Intelligence Naturaliste Ecologiste

 Intelligence Verbo Linguistique

 Intelligence Existentielle

 Imagination

 Intelligence Intra Personnelle

 **État d'esprits :**  A l'écoute

😞 Argent

😊 Amical et Sociable

😷 Analyser les besoins psychologiques et matériels du client

💖 Contexte (Exemples) : 🍪 Vendre un Produit

🏠 Vendre un Service

📋 QUOI ? ▼

💡 Comment {1} Étape par Étape

🌟 Comment Fonctionne la Méthode SONCAS(E) ?

🌌 Planète : Attitude Consommateurs/Psychologie des Clients/Stratégie de Vente/Stratégie de Commerce/
Psychologie d'Achat

🌟 Etoile : 🗣️ Vente 🛒 Commerce 👤 Comportement Humain

🌌 Galaxie : 💼 Business 👤 Psychologie 🍷 Consommation Physiologie

🌟 Univers : 👤 Sciences Humaines et Sociales 🌱 Sciences de la vie

📝 Type : Stratégie de ventes liées aux comportements des consommateurs

🎨 Style : Compréhension de la psychologie des consommateurs et des actions commerciales à prendre en compte

🗣️ Langage : 🇫🇷 Français

12
34 COMBIEN ? ▼

👣 7 Étapes {1#Optionnel}

🔥 1 Action

✓ 15,5 Points d'expérience

👤 2 Sens

🧑 7 Intelligences

😬 4 État d'esprits

🕵️ QUI ? ▼

💡 eXplication par LG

📡 Poster par LG

©Etoile (Video)

? POURQUOI ? ▼

Apprendre la Méthode SONCAS(E)

📍 OU ? ▼

Pontault Combault (🇫🇷 France)

🕒 QUAND ? ▼

📅 17 2014

 **Durée :** La compréhension et l'exécution dépend des caractéristiques de chacune.
L'amélioration de cette méthode une fois comprise, demande de l'expérience et de la pratique.

 **Suivez Nous :**

 Facebook  Instagram  Flickr  Dailymotion  Youtube  Tumblr  Pinterest  Google +  Twitter

 **Contactez Nous :** explanationcontact@gmail.com

💡 COMMENT ? ▼

🔥 **ACTION UNE (15,5✓)** (🧑 **Mémoriser**) Mémoriser les étapes et mettez les en pratiques dans votre vie de vendeur (ou autres) :

🧑 **eXplication** : La « méthode SONCAS » (encore appelée « système SONCASE ») est une méthode d'approche commerciale qui tire son nom de l'acronyme formé à partir des six mots supposés représenter les motivations d'achat d'un acheteur potentiel sur lesquelles tout vendeur va devoir s'appuyer en adaptant son discours pour provoquer l'achat.

La méthode SONCAS s'utilise avec les mots qui suivent.
Chacune représente un levier utilisé pour conclure la vente, convaincre et persuader, tout en argumentant de la meilleure façon possible.

👣1 - **Sécurité (4✓)**

Comme nous l'indique la pyramide de Maslow.
La sécurité est un besoin essentiel.
Le client doit être rassuré sur le produit, son utilisation, pour ne pas être confronté à des freins tels que le risque de ne pas savoir s'en servir.
Mais il faut également le rassurer sur la qualité du produit, sa sécurité pendant son utilisation.

**Pour cela on peut utiliser les labels, la garantie, l'origine du produit, les normes, la marque, ou encore la publicité.
Il est très important de justifier ce point.**

👣2 - Orgueil (3,5✓)

**L'homme a besoin de se sentir fier, de se sentir au-dessus des autres, de se sentir désiré.
L'homme regorge d'amour-propre et il a un fort besoin de s'affirmer, de s'exprimer.
Face à ce besoin, il faut vanter le produit à partir des spécificités précises.**

**La marque. Tout d'abord peut être un vecteur d'achat si elle bénéficie d'une forte notoriété.
Ensuite on peut évoquer le prix élevé, l'esthétique du produit.
Il faut que le client se sente flatté s'il achète le produit.
Qu'il puisse sans vanter et se sentir à la mode.**

👣3 - Nouveauté (2✓)

**Le client est également curieux, il recherche du changement dans sa vie.
L'homme n'aime pas la routine et recherche avant tout le modernisme.
Le client est attiré par la nouveauté, attiré par l'inconnu.
Il faut donc lui présenter le produit comme une nouveauté qui viendra appuyer l'orgueil, puisque qu'avoir une nouveauté n'est pas possible pour tout le monde.
Cet élément de nouveauté peut très bien susciter l'achat.**

4 - Confort (2✓)

Le client recherche également le confort. Ce dernier critère est même devenu indispensable, tout doit être le plus ergonomique et le plus confortable possible.

**Mais le confort, c'est également éviter de perdre du temps ou de la place, tout en étant le plus simple possible.
Le client est partisan du moindre effort, justifier le confort et donc d'une grande importance.**

5 - Argent (4✓)

L'argent peut être un frein ou une motivation. Un achat trop coûteux, trop impliquant, ne pourra aboutir sans une bonne justification. Le client pense aux économies qu'il pourrait faire, il faut alors le convaincre de l'intérêt de cet achat bien que coûteux.

Transformer un achat en investissement est toujours mieux, le client n'achète pas, il investit.

**Il faut donc qu'il trouve un intérêt certain à l'objet et que celui-ci vaille le coup de dépenser cet argent.
Les clients recherchent également l'économie. Etre réfractaire sur le prix initial dans le but d'obtenir une remise, un petit geste commercial permet souvent de déclencher l'achat et déculpabilise le client face à celui-ci.
Enfin, il y a l'opportunité de la bonne affaire, un produit en réduction, pas trop cher, déculpabilise également le client.**

A vous de lui faire comprendre que cet achat, c'est la bonne affaire.

👣6 - Sympathie (3✓)

Votre attitude, votre comportement, vos gestes, tout rentre en compte dans une négociation, il faut être exemplaire dans son argumentation tout en étant le plus simple possible.

Il faut sourire, il faut détendre le client pour qu'il se sente bien, qu'ils se sentent en confiance.

Mais le client peut aussi éprouver de la sympathie pour un produit, une marque.

Une révélation sur un produit est tout à fait possible.

N'oubliez pas de connaître votre client, la sympathie sert aussi à ça, que le client se livre à vous.

👣7 - (E)cologie (1✓) {#OPTIONNEL}

A noter que la méthode SONCAS peut également être enrichie d'un « E » complémentaire pour la notion écologique.

Et passer du mot SONCAS au mot SONCASE.

+ 15,5 ✓ Points d'expérience

